

**EVALUASI PENERAPAN SISTEM INFORMASI
PEMASARAN SEBAGAI SARANA UNTUK MENGHASILKAN
INFORMASI YANG EFEKTIF PADA DEPARTEMEN
PEMASARAN PT KIMIA FARMA CABANG RUNGKUT
INDUSTRI JAWA TIMUR**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN DALAM
MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN AKUNTANSI**



DIAJUKAN OLEH

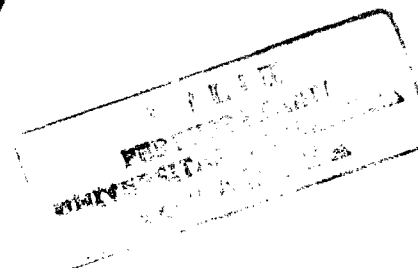
LOKESYWARA SETYO PURBOKO

No. Pokok : 049936658

**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**

2004

KK
A 191/0
Pur
e



SKRIPSI

**EVALUASI PENERAPAN SISTEM INFORMASI
PEMASARAN SEBAGAI SARANA UNTUK MENGHASILKAN
INFORMASI YANG EFEKTIF PADA DEPARTEMEN
PEMASARAN PT KIMIA FARMA CABANG RUNGKUT
INDUSTRI WILAYAH PEMASARAN JAWA TIMUR**

DIAJUKAN OLEH:

LOKESYWARA SETYO PURBOKO

NO. POKOK: 049936658

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

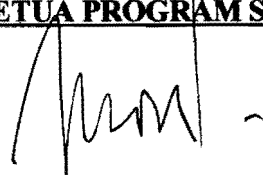
DOSEN PEMBIMBING



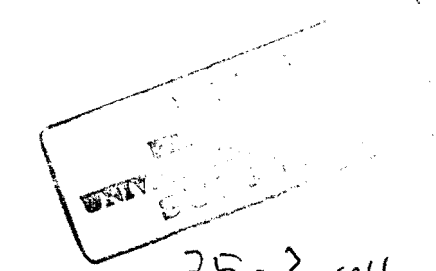
Dra. Yustrida Bernawati, M.Si. Ak

TANGGAL 29-01-2004

KETUA PROGRAM STUDI



Drs. M. Suyunus, MAFIS., Ak.



TANGGAL 25-3-04

Surabaya, 08 - 01 - 2024
Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing



Dra. Yustrida Bernawati, M.Si., Ak.

ABSTRAKSI

Dalam menjalankan operasional bisnis, manajemen membutuhkan informasi yang dapat menunjang seluruh aktifitas dalam melakukan kegiatan manajerial. *Marketing Information System* merupakan bagian dari *Business Information System* yang sangat vital, karena marketing merupakan ujung tombak perusahaan dalam menghasilkan laba. Melalui *Marketing Information System* yang diterapkan, diharapkan menghasilkan output yang efektif bagi user untuk menjalankan aktifitas operasional. Dalam rangka menghasilkan informasi yang efektif diperlukan sistem informasi yang efektif. Untuk menilai efektifitas tersebut diperlukan suatu evaluasi (*post implementation review*) terhadap sistem yang berjalan.

Dalam menentukan efektifitas informasi pada Departemen Pemasaran PT. Kimia Farma Cabang Rungkut Industri Jawa Timur, Digunakan pengukuran yang dikemukakan oleh JB. Heckert (1995:551) yaitu karakteristik informasi bagi manajemen untuk melakukan perencanaan dan pengendalian dan *Information Quality* yang dikemukakan Ron Weber (1999:893), Sedangkan pengukuran yang digunakan untuk menilai efektifitas *Marketing Information System* dalam Perseroan antara lain; *evaluating system quality, perceived usefulness, perceived ease of use, computer self efficacy, information system use, individual impact* dan *system satisfaction*. Dan untuk menilai efektifitas sistem dalam penelitian digunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus (*case Study*). Adapun jenis pengumpulan data yang dilakukan melalui survey ke perusahaan, kuesioner dan studi pustaka.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa informasi yang diperoleh user sangat memadai untuk menjalankan aktifitas pemasaran, disamping itu *system quality, perceived usefulness, perceived ease of use, computer self efficacy, information system use, individual impact* dan *system satisfaction* dalam Departemen Pemasaran PT. Kimia Farma Cabang Rungkut Industri Jawa Timur memadai, sehingga dikatakan bahwa Informasi yang dihasilkan MKIS efektif demikian juga MKIS efektif. Namun dalam beberapa hal yang harus ditingkatkan dalam rangka mencapai kinerja yang optimal antara lain tersedianya fasilitas komunikasi yang menunjang antara MSR dan ASM, penyederhanaan *display* informasi, dan *help facility*.